

SAMSUN'DA TURİZM

Niçin, Kim İçin?

Prof. Dr. Cevdet YILMAZ

Turizmin tanımı ve amacı

Turizm (en genel şekilde); dinlenmek ve rekreasyon amacıyla seyahate çıkan kimselerin yolculukları ve geçici süreyle konaklamaları esnasında ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanır. Başka bir tanıma göre turizm (tatile çıkma) ve rekreasyon (boş zaman faaliyetleri); insanların (çalışma, yeme-içme ve uyuma dışında kalan) beden ve zihnini dinlendirme ameliyesidir. Bu tanımlara göre turizm ve rekreasyon; gün içindeki yorgunluğun aralarda küçük molalarla, haftalık yorgunluğun hafta sonu dinlenerek ve nihayet yıl boyunca çalışmanın getirdiği yıpranma ve bezginliğin de yıllık tatillerle giderilmesi esası üzerine kuruludur. Temel amaç; bir sonraki işgününde veya çalışma döneminde daha verimli çalışmak üzere zinde, dinç ve morali yerinde olarak, beden ve zihni dinlendirmek ve hazır olmaktır.

Bu durumda; iş hayatında kesintilere neden oluyor, işleri aksatıyor gibi görünse de günlük, haftalık ve yıllık tatiller, aslında aşırı yorgunluğa ve dikkatsizliğe bağlı iş kazası gibi risklerden uzak, verimli ve etkin bir çalışma ortamı için elzemdir. Gelişmiş Batılı ülkelerin kendi çalışanlarını turizme katılmaya teşvik etmelerinin temel sebebi, onlara çalışmadıkları halde tatil günü evlerinde otururken boş yere para vermek değil, tatilden sonra daha verimli çalışmalarını sağlamak içindir. Tatil yapan bireylerin işe başladıklarında daha moralli, çalışkan ve üretken olmaları işverenleri memnun ettiği gibi, bu yolla toplamda üretim, verimlilik ve kârın artması bir sonraki tatil için yeniden finans imkânı sağlayan bir döngü oluşturur. Ayrıca tatil yapan kişinin mutlu olması, bunu moral ve güleryüz olarak ailesine ve çevresine yansıtması ise, sadece işyerinde değil, toplum içinde de barış ve huzur ortamına katkıda bulunacaktır.

Turizmin önemi

Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel vd. alanlarda çok sayıda olumlu ve olumsuz etkileri vardır. Fakat bunlar içinde ekonomik taraf ağır basmakta ve bütün dünyada turizm daha çok bu yönü ile gündeme gelmektedir. Çünkü dünyada en fazla istihdam yaratan faaliyetlerden biri olan turizm, diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi; yatırım sermayesi temin etme, dış ödemeler dengesi açığını kapatma, ihracat engellerini aşma, refahın halka yayılmasında aracı rol oynama gibi özellikleri nedeniyle Türkiye için de önemli bir sektördür.

Fakat turizm istikrarsız bir sektör olup başta güvenlik olmak üzere ülke içi ve ülke dışı olaylardan çabuk etkilenir ve oldukça kırılgandır. Örneğin, Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 2014'e göre 2015 te % 18,5 düşüş göstermiş, bu yıl ise hangi miktarda gerçekleşeceği belli değildir. Bu istikrarsızlık turizm gelirlerinin ve bu sektörde çalışan sayısını yıldan yıla değişmesine sebep olur.

İstikrarsızlığın bir diğer sebep-sonuç ilişkisi de turizmin uluslararası bir şantaj aracı olarak kullanılmak istenmesi durumunda karşımıza çıkar. Çeşitli unsurlar kullanılarak tatil beldelerinde meydana getirilecek bir olumsuzluk (terör saldırıları, orman yangınları, cinayetler, trafik kazaları, çifte rezervasyon vb.) anında rezervasyon iptallerini gündeme getirebilir ve örneğin Antalya'ya gelecek 10 milyon turistten 1 milyonunun yönü bir anda değişerek yine örneğin Yunanistan'a kayabilir. Bu durum sadece Antalya'nın turist kaybetmesi değil, kişi başı yapılacak harcamalar için ortalama 1000 dolardan toplamda 1 milyar dolar döviz gelirinin de Türkiye yerine Yunanistan'a gitmesi demektir. Normal şartlarda uluslararası kuruluşlardan, örneğin IMF'den 1 milyar dolar kredi almanın zorluğu, bunun faizi ve bonus (!) olarak istenen ekonomik ve siyasî tavizler dikkate alındığında, şantajın büyüklüğü ve terörün bu alanda nasıl bir araç olarak kullanılmakta olduğu daha iyi anlaşılacaktır.

Rakamlarla Dünyada, Türkiye’de ve Samsun’da Turizm:

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre 2015 yıl sonu itibarıyla dünyada turist sayısı 1,18 milyara, turizm ve seyahat alanında çalışan (istihdam edilen) sayısı 284 milyon kişiye çıkmış, çalışan her 11 kişiden 1’inin bu sektörden geçimini sağladığı belirtilmiştir. Turizm alanında istihdam her geçen yıl artmakta olup, 2026’da çalışan sayısının 370 milyona çıkacağı ve her 9 çalışandan birinin bu sektörde istihdam edileceği tahmin edilmektedir.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) verilerine göre; 2015 yılında Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısı 41,6 milyon kişi, turizm geliri 31,4 milyar dolar, kişi başına harcama da 756 dolar olmuştur. Aynı dönemde Türkiye’den yurt dışına çıkan turist sayısı 8,7 milyon kişi, gidenlerin harcadığı döviz miktarı 5,6 milyar dolar, kişi başı harcama 651 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılsonu itibarıyla Türkiye’de turizm işletme belgeli tesislerde 384 bin oda, 807 bin yatak vardır. Türkiye’de turizm sektöründe istihdam edilen sigortalı kişi sayısı da 1 milyonu bulmuştur. Turizmin GSMH içindeki oranı % 6,2’dir. 2015 yılında 63,2 milyar dolar olarak gerçekleşen dış ticaret açığının % 49’u turizm geliri ile karşılanmıştır.

Samsun İl Kültür Turizm Müdürlüğü verilerine göre; 2015 yılında Samsun’u 371 bini yerli, 58 bini yabancı toplam 429 bin turist ziyaret etmiştir. Bunlar içinde müzeleri ziyaret eden kişi sayısı 103 bin kişi olup bunun ancak bin kadarı yabancı turisttir.

İç turizm mi, yoksa dış turizm mi daha önemli?

Turizm maalesef Türkiye’de yanlış anlaşılan konulardan biridir. İstisnalar olmakla birlikte, turizm politikalarımız daha çok gelen turiste hizmet üzerine kuruludur. İl turizm müdürlüklerinin “Turist temizliği sever temiz olalım”, “Memnun ayrılan bir turist bin turist demektir” gibi sloganvari döviz ve pankartlarına bakılırsa bunun böyle olduğu kolayca anlaşılabilir.

Yurtdışından gelen yabancı turiste, maddi karşılığı alınmak şartıyla, daha iyi hizmet elbette olmalıdır. Fakat bizim turizmi “yabancılar rahat etsin, döviz geliri sağlansın, istihdam artsın” gibi temel, fakat basit ve dar bir mantık üzerine kurmamız, kendi vatandaşımızın bu süreçten yararlanmasını geri

plâna atmamız, gelişmiş ülkelerle ülkemiz arasındaki gelişmişlik farkının açılmasından başka bir işe yaramayacaktır.

O halde biz de kendi imkânlarımız ölçüsünde turizme katılmalı, beden ve zihnimizi dinlendirerek daha verimli ve üretken olmanın yollarını bulmalıyız. Çalışma hayatımız buna göre düzenlenmeli, tatil için para ve zaman ayırmalıyız. Yerel ve merkezî idarelerden turizm ve rekreasyonel faaliyetlerde bulunabileceğimiz alanlar talep edilmeli, bu yöndeki projelere destek olunmalı, bu tür faaliyetleri öncelikli olarak programına alan idareci ve siyasetçilere destek olmalıyız.

Bu durumda, turizm denildiğinde kendi insanımızın tatil yapması anlaşılmalı, daha verimli ve üretken olabilmek için kendi çalışanlarımızın beden ve zihnini dinlendirecek faaliyetler akla gelmelidir. Bu durumda “öncelik iç turizm mi, dış turizm mi” tartışmasında tabi ki tarafımız iç turizm, yani kendi insanımızın ihtiyaçlarının karşılanması yönünde olmalıdır.

Samsun’un turizm potansiyeli

Samsun’un merkez ve taşra ilçelerinde nelerin olduğunu yaklaşık olarak biliyoruz. Bizim de katkı verdiğimiz Samsun Turizm Rehberi’nde de yer aldığı gibi gerek fizikî, gerekse beşerî çekicilikler saymakla bitmeyecek kadar çok. Terme’den Yakakent’e kadar deniz turizmine uygun sahilleri, yaz ve kış turizmine uygun yaylaları, termal kaynakları, jeolojik ve jeomorfolojik çekicilikleri, akarsu, göl ve çağlayanları, ormanları, dünya çapında öneme sahip sulak alanları, ilkçağlardan günümüze ulaşan muhtelif devirlere ait tarihi ve kültürel çekicilikleri, mimari özellikleri, ahşap camileri, başta karayolu ve havayolu olmak üzere ulaşım kolaylıkları, sayıları hızla artan otel ve konaklama altyapısı ile Samsun (biz içinde yaşayanlar olarak çok farkında olmasak da) gerçekten büyük bir potansiyele sahiptir. Sorun şu ki; bu potansiyel bugüne kadar ne yazık ki harekete geçirilememiş, Samsun’un turistik yönü bir türlü öne çıkarılamamıştır.

Samsun bir “destinasyon” mudur?

İster kabul edin, ister etmeyin, bugüne kadar Samsun bir destinasyon olamamıştır. Turizmde *destinasyon* kavramı “varış yeri, hedef”, yani “turizm olayının geçtiği yer”; “tatil beldesi” anlamında kullanılmaktadır. Turizm ve

seyahat acentalarının broşürlerine bakıldığında, bu kadar turistik çekiciliğe sahip olmasına rağmen, Samsun'un bir destinasyon olarak görülmemesi sizce de garip değil mi? Bu durum herkes tarafından bilindiği halde Samsun için "turizm kenti" denilebilir mi? Deniyorsa, bu doğru bir ifade midir?

Samsun, Karadeniz turuna çıkanların yarım saatliğine durup da Atatürk Heykeli önünde bir hatıra fotoğrafı çektirmekten ibaret bir yer midir? Samsun için hazırladığımız turizm broşürlerinde sayfalar dolusu görsel zenginliklerin Atatürk Heykeli dışında, neden birkaç tanesi bile (Samsun Valiliği ve Samsun Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanan yayın ve diğer materyaller dışında), ulusal ve uluslararası turizm şirket ve acentalarının turizm broşürlerinde yer almamaktadır? Bunun için ne yapılmaktadır, başka neler yapılmalıdır?

Samsun'un bir destinasyon olması için yapılanlar

Başta Samsun Büyükşehir Belediyesi olmak üzere, Samsun'un ulusal ve uluslararası arenada tanıtımı ile ilgili olarak yapılan çalışmalar gerçekten takdire değer gayretlerdir. Bugüne kadar yeterli başarı gösterilememesi bu çabaların sonuçsuz kalmasından değil, bu tür çalışmalara geç başlanmasından kaynaklanmaktadır. Sadece il merkezinde değil, ilçelerin de dahil edilerek il genelinde yapılan tespit ve tanıtım çalışmaları artık sonuç verme aşamasına gelmiştir. Fakat dünyadaki gelişmeler çok daha hızlı gerçekleştiğinden turizmde marka haline gelmiş yerlerle rekabet zorlu geçmekte, aradaki açık bir türlü kapatılamamaktadır. Bu durum sanki Samsun'da bir şey yapılmıyormuş gibi bir algı oluşturarak moralleri biraz bozsa da, bu doğru değildir.

Özellikle Samsun Büyükşehir Belediyesi mevcut fizikî ve beşerî çekiciliklere ilave olarak yeni turizm alanları ortaya çıkarma gayreti içindedir. Amazon Köyü gibi, bazı nedenlerden dolayı tepki çekenler olsa da, bu yeni çekicilikler oldukça önemlidir. Kızılırmak Deltası - Ramsar - Sulak Alanı'nın öne çıkarılması, Engelliler Kampı, Bandırma Gemisi, Terme'den Bafra sahillerine kadar kıyı düzenlemeleri, Şahinkaya kanyonu gibi bazı yerlerin turizm bölgesi ilan edilmesi, Çakallı Han ve Saathane Meydanı gibi tarihi geçmişin restore edilerek gün yüzüne çıkarılması, başta Samsun Kent Müzesi olmak üzere ilçelere, sahip oldukları özelliklere göre (Bafra'da

Tütün, Alaçam'da Mübadele) gibi konulu müzeler inşa edilmesi olumlu gelişmelerdir. Devam etmekte olan Atayolu'nu tespit ve 19 Mayıs Panaroma Müzesi inşa faaliyetleri yanında Samsun Valiliği'nin girişimleriyle Akdağ'da kış turizm merkezi, Vezirköprü'de Osmanlı mimarisinin restorasyonu, ilçelere yayılmış ahşap camilerin tanıtımı da diğer önemli çalışmalardır.

Samsun'un bir destinasyon olması için yapılması gerekenler

Turizm dünyada en hızlı büyüyen, bir o kadar kırılgan ve yine bir o kadar da (gidilen yer ve uğraşılan faaliyet anlamında) modası çok hızlı değişen bir sektördür. Biz Samsun'da turizmi geliştirmek için ne kadar gayret sarf edersek edelim şu hususlar olmadan belli bir mesafe kat edilmesi zordur. Şöyle ki;

- Dünyadaki turizm eğilimleri ne yönde gelişmektedir, bunlar bilinmelidir. 1950'lerden 1990'lara kadar deniz turizmi rakipsizken, günümüzde doğa temelli yeşil turizm ve kültür turizmi öne çıkmaktadır. Bu durumda biz deniz turizmini ihmal etmeden alternatifler üretmeliyiz. Bu arada da Samsun sahillerinde Karadeniz'in yapısından da kaynaklanan ve her yıl çok sayıda can alan boğulmaların önüne geçmeden Samsun'da deniz turizmini önerebilir miyiz?

- Doğa temelli turizmden ne anlıyoruz? Samsun'daki yaylalar, ormanlar, baraj gölleri çevresi, sulak alanlar, tabiat parkları, taşra ilçelerindeki kırsal ortamlar bu tür turizmin Samsun'da geliştirilmesine uygun mudur? Yoksa Türkiye nüfusunun hali hazırda (bize göre en az) % 80'inin kırsal kesimle bağı devam ettiğine göre (örneğin Karadeniz sahil kuşağından gurbete çıkmış kişilerin yazın fındık ve çay toplamak için köylerine gelmelerini göz önüne aldığımızda) iç turizmde biz ne kadar insanı Samsun'daki doğa temelli turizme katabiliriz? Kırsal turizm derken bunun ne anlama geldiği gerçekten bilinerek mi çalışmalar yapılıyor, yoksa bu da bir turizm çeşididir, yok demesinler diye mi broşürler hazırlanıyor, gerçekten merak konusudur. Çeşitli olumsuzluklar nedeniyle iç göçe katılım sonucu hızla terk edilmekte olan köyler ve buralarda yer alan bakımsız köy evlerinin kırsal turizm sayesinde birden bire pırıl pırıl tertemiz ve bakımlı odaları, bembeyaz çarşafı, rengârenk çiçekten geçilmeyen bahçeleri, sineksiz böceksiz ortamı, işletme becerisine sahip aktif, eğitilmiş ve genç nüfusu olan yerler

haline gelecekleri mi hayal edilmektedir? Bu tür öneri ve eleştirilerimizi daha da arttırabiliriz. Fakat konu nelerin hayal edildiği ve yapılmaya çalışıldığı değil, doğrusunun ne olduğu ve ne yapılması gerektiğidir.

Bu konuda söylenecek çok şey olmasına rağmen konuyu fazla uzatmadan bir örnek üzerinden ne demek istediğimizi özetleyelim;

Kızılırmak Deltası sulak alanı / kuş cenneti örneği

Malum olduğu üzere son yıl ve aylarda Samsun il merkezine yaklaşık 30 km mesafede bulunan Kızılırmak Deltası sulak alanı, buradaki ekolojik ortam özellikleri dikkate alınarak oldukça öne çıkarıldı. Aslında burası, yıl boyu belli aralıklarla görülen göçmen ve yerli kuşlar yanında diğer doğal özellikleriyle, daha önce Ramsar Sözleşmesi kapsamında koruma altına alındığı için, bilinen bir yerdi. Şehre bu kadar yakın ve dünyaca ünlü böyle bir sahanın turizm amaçlı olarak değerlendirilmemesi elbette ki düşünülemezdi.

Çünkü, bu şehir gittikçe daha da betonlaşıp kalabalıklaşmakta, caddeler araçlarla dolarak trafik çekilmez hale gelmektedir. İnsanlarımız adeta şehir içinde sıkışıp kalmış durumdadırlar. Bunlara 30 km ileride tabiat harikası doğal bir ortamın / kuş cennetinin varlığını hatırlatacak, ailece burayı ziyaret etmelerini sağlayacak, onları orada ayakları kuma basarak yürütecek bir girişime gerçekten de bir ihtiyaç vardı.

Olumlu - olumsuz eleştiriler sonuç verdi ve Büyükşehir Belediyesi bu alanı değerlendirme kararı aldı. Şimdi mevcut duruma ve tartışmalara bakalım;

1.Deltanın stabilize olan yolu beton yol haline getirildi. Stabilize olduğunda çok toz kalkıyor diyenler, beton yola da karşı çıktılar.

2.Beton yol yapıldı, bisikletlilerle araç sahipleri yolu paylaşamadılar. Belediye araç trafiği yerine akülü araçlar öneriyor. Bu durum, "yöreye sadece üst düzey nitelikli nüfus mu gidecek, normal vatandaş çoluk çocuğu ile gitmeyecek mi" sorusunu akla getiriyor.

3.Adını kuş cenneti koyanlar, bu kadar reklam yapmayın, gelenler kuş görmezse ne olacak demeye başladılar.

4.Burası doğal bir ortam, bir ekosistem. Dünyada bu tür yerler ancak bilim insanlarının dikkatini çeker. Ortamın bozulmaması için (zaten Ramsar Sözleşmesi gereği koruma altına alınması da bu yüzden) en az sayıda ziyaretçiye açık olması gerekirken; Samsun Valiliği Türkiye’de varlığı bilinen 400 kuş çeşidinden 352’sinin görüldüğü bu sahanın gelecekte 1 milyon turistin (!) ağırlanacağı bir yer haline getirileceğini söylüyor.

5.Havaalanı yolu ile Yörükler mevkiindeki aydınlatma direklerine asılan kuş fotoğrafları ne kadar ilgi gördü bilinmez ama, Atakum’da Atatürk Bulvarı boyunca da kendine yer buldu. Güzel de oldu. Böylece Delta sahası diğer turistik çabaların önüne geçti. Galerîç ormanına yapılan ahşap tesislerin yeri ve gerekliliği tartışılabilir, fakat Yörük çadırı gibi tamamlayıcı unsurlar iyi düşünöldü. Fakat bu çalışmaların hepsi kuşların gölgesinde kaldı.

Samsun kamuoyunda süregelen bu ve benzeri tartışmaları daha fazla uzatmamak, yörede turizmi geliştirmek ve ortaya çıkacak olumsuzlukları zaman geçirmeksizin bertaraf etmek için gönüllülerden oluşan ve içinde idarecilerle akademisyenlerin de olduğı bir izleme grubu kurulmuştur. Yukarıda bir kısmı verilen tartışmaların bu grup tarafından düzenli olarak ele alınması ve karşılaşılan sorunlara çözüm üretilmeye çalışılması önemli bir gelişmedir.

Peki, olması gereken nedir?

Çok basit. Burasının bu kadar reklamı yapılmadan, henüz çok fazla kimse buraya gitmeden önce şöyle denilse problem çözülecek:

"Ey Samsunlular, sayın ziyaretçiler,

Şehrimizin hemen yakınında, 30 km mesafede doğal bir ortam var. Her zaman olmasa da mevsimine göre farklı tür ve sayıda kuşları bu alanda gözlemleyebilirsiniz. Kendi halinde otlayan yolkı atlarıyla suya yatmış mandaların yanından yürüyüp geçebilirsiniz. Rengârenk çiçekler görebilir, bataklık bitkilerinin göle yansımalarının fotoğraflarını çekebilirsiniz. Patika yollarda yürüyebilir, çıplak ayakla sahilde kumlar üzerinde yürüyebilirsiniz. Havanın durumuna göre güneşe, de rüzgâra da, yağışa da hazırlıklı olun. İnternet üzerinden canlı yayınlâ hâlihazır hava durumunu görebilir, tedbirinizi ona göre alabilirsiniz. Yine internet üzerinden; uymanız gereken

kurallar ve yasaklar ile sizi orada bekleyen ulaşım, konaklama, yeme içme ile ilgili altyapı da şunlardan ibarettir. Burası dünya çapında öneme sahip, bu yüzden de çok sıkı korunması ve geleceğe miras olarak bırakmamız gereken doğal bir ortam. Buraya araçla girilmeyecek. Araçlarıyla gitmek isteyenler koruma alanı girişinde park edecekler. İlla da aracımдан inmem diyorsanız burası size göre bir yer değil. Unutmayın buraya doğal ortamlar baş başa kalmak için gidiyorsunuz. Şehrin gürültüsünden patırtısından, televizyondan, internetten ve diğer ortamlardan uzaklaşıp ailece çoluk çocuk ya da misafirlerinizle bir arada olmak için buradasınız. Bu şartları sahanın korunması ve sürdürülebilirliği için bilim insanlarına danışarak koyduk. İlginizi bekler, iyi tatiller dileriz”.

Evet, söylenecek söz bu kadar.

Bu yapılmadığı gibi, öylesine reklamlar yapılıyor, öyle bir beklenti yaratılıyor ki gitmeyenler pişman, gidenler şok oluyor. Hava da güneşliyse güneşin altında kim ne yapacak, kuşlar sazlık ve bataklıkların arasında, insanlar onları görmek istediğinde beton yoldan sapıp oralara nasıl gidecek, gitmeli mi, gitse başına bir iş gelse, ya da çevreye zarar verse bunun takibini kim yapacak, sınırlama getirilmediğinde alana gelişigüzel dağılmış insanları kim takip edecek, çevreye verecekleri muhtemel zararı kim önleyecek, bütün bunlar nasıl kontrol altında tutulacak?... yarın bir gün bu tanıtımlar amacına ulaşır da ziyaretçi sayısı artarsa, olur ya bir talep patlaması yaşanırsa, doğal hayata zarar vermeden hangi altyapıyla buna karşılık verilecek?

Bütün bu sorular, bizim bu örnekten yola çıkarak “Samsun’da turizm” konusunda daha çok kafa yormamızı ve zor durumda kalmamak için başka neler yapılmalı ve hangi tedbirler alınmalı yönünde çalışmalarımızı sürdürmemiz gerektiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Yoksa sıkışınca “yasak” deriz, olayı çözeriz diye düşünmenin bir anlamı olmasa gerek.

Bu kısa açıklamadan sonra yine aynı örnek üzerinden bu kez soruyu başka bir açıdan soralım; Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti’nin tanıtımı için sürdürülen bu faaliyetlerin, yapılan bunca reklamın amacı nedir, Büyükşehir Belediyesi’nin bu çabalarındaki hedef kitlesi kimlerdir? Hedef kitle bu işin neresindedir? Bunlar bizim için mi yoksa Samsun’u dışarıya tanıtmak için mi yapılıyor? Bu ve benzeri faaliyetlerin mahiyeti hakkında ilgililer tarafından

kamuoyu yeterince aydınlatılıyor mu, bu kadar çabaya karşılık yapılan çalışmaların içeriği ve umulan hedefleri hakkında mutlaka bir fikrimiz olması gerekmez mi, peki var mı?

Samsun turizminde öncelik ne ve kim için olmalı?

Yapılan bütün bu çalışmalar Samsunlular için mi, yoksa dışarıdan gelenler için mi? Ya da, Samsun'u kimler için bir cazibe merkezi, bir turizm destinasyonu yapmak istiyoruz? Sorusunu tekrar sormamız gerekiyor.

Bize göre öncelik ulusal ve uluslararası turizm değil, yerel turizm olmalıdır. Yereli harekete geçirebilirsek bu durum (il dışında büyük kentlerde yaşayan Samsunluların da katkısı ile) ulusal turizme geçişi kolaylaştıracak, ulusaldan da uluslararası turizme entegrasyon kendiliğinden gelişecektir.

Bu durumda başka bir soru daha soralım; sahip olduğumuz tüm bu ve diğer zenginlikleri kendi insanımız için nasıl kullanabiliriz, hemşehrilerimizin ayaklarını buralara nasıl bastırabiliriz? Samsun'un bu anlamda elbette ki tanıtıma, yatırıma, ulaşım ve konaklama altyapısına ihtiyacı vardır. Bunun için ilk olarak biz şehirde yaşayanların ilimizin sahip olduğu bu turistik mekânlara talep göstermesi gerekir. Gerek hafta sonu, gerekse yıllık tatillerimizde buraları ziyaret etmeliyiz. İlçelerin en ücra köşelerine kadar geziler tertip edilmeli, yöresel ürünler tadılmalı, kültürel etkileşimlerde bulunulmalı, bu vesileyle de birbirimizi tanımalı ve sevmeliyiz. Varsa olumsuzluklar, yoksa sevinçler paylaşılmalı, il genelinde birlik ve beraberliğin sağlanmasında amaç ve araç olarak turizmden azami şekilde faydalanmalıyız. Bunun beden ve ruh sağlığımız için olduğu kadar, aile mutluluğumuz ve işimizde daha verimli çalışmamız için elzem olduğunun farkında olmalıyız. Öncelikle kendimiz ve yakın çevremizden başlayarak bunları yapabilirsek, yaşadığımız şehirde mutlu olacağız.

Biz inanıyoruz ki, Samsunlular mutlu ve huzurlu olduklarında yaşadıkları bu mekânı daha da sevecekler, yatırımlarını buraya yapacaklar, bu olumlu gelişmeler dışarıdan da yatırım çekecek, bu süreç istihdamı artıracak, sonuçta Samsun ülkemizin önde gelen cazibe merkezlerinden biri olacaktır. Gelişmişlik seviyesi artıkça, istihdam sorunları çözülecek, refah düzeyi artan insanlarımız çevreye daha duyarlı olacaklar, koruma bilinci gelişecek, gördükleri olumsuzlukları görmezden gelmeyecek, mutlaka düzeltecek veya

ilgilileri uyaracaklardır. Bu durumda başta Samsun Büyükşehir Belediyesi olmak üzere alt belediyeler ve sivil toplumun il genelinde turizmi geliştirmek için harcadığı emekler de boşa gitmemiş olacak, hepsinin karşılığı gerek maddî gelir, gerekse manevi tatmin olarak bize geri dönecektir.

Bu durumda üniversite, yerel ve merkezi idare, sivil toplum, herkes elini taşın altına koymalı, karşılaşılabileceğimiz olumlu ya da olumsuz durumlar konusunda daha iyi veya daha başka neler yapılabilir, hangi önlemler alınabilir sorusunu kendimize sorarak gerekli tedbirleri zamanında alabilmeliyiz. Yine bu anlamda bütün taraflar, hepimiz, uzak-yakın tanıdıklarımızı davet ederek, sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanarak, ilimizin sahip olduğu turizm değerlerini yurt içi ve yurtdışına anlatarak birer turizm katılımcısı ve tanıtım elçisi olmalıyız. Bu arada bireyler olarak yaşadığımız şehrin karmaşa ve gürültüsünün aksine, doğayı tadacak ve yine ailece bundan zevk alacak eğitim, tanıtım ve bilinç altyapısına ihtiyacımız olduğu da unutulmamalıdır.

Sonuç

Samsun için kalkınma ve gelişme yollarında biri de kesinlikle turizm olmalıdır. Samsun turizm kenti de olmalı, fakat turizm öncelikle Samsunlular için olmalıdır.

Şimdi tekrar soralım; yaşadığımız şehir bize bu imkânları veriyor mu? Samsunlular beden ve zihinlerini dinlendirmek istediklerinde mevcut turizm altyapımız buna müsait mi? Sahil bandı üzerinde dolgular üzerine inşa edilen piknik alanlarından gereği gibi yararlanıyor muyuz? Örneğin, şehir içinde birinci ikinci katlarda güneşi görmeyen dairelerde, demir parmaklık arkasında perdeleri çekilmiş vaziyette bir ömür geçiren insanlarımızın ayakları buralara basabiliyor mu, bolca reklamını yaptığımız bu yerlerden Samsunlular ne kadar yararlanabiliyor? Büyükşehir Belediyesi'nin bu yöndeki çabaları karşılık bulabiliyor mu? İnsanlarımızı mutlu edebiliyor muyuz?

Bütün bunları başarabilirsek Samsun'un turizm kenti olması bir yana, Samsun bizim gözümüzde de yaşanabilir bir kent imajına kavuşacaktır. Samsun yaşanabilir bir kent olduğunda; önce (göç vererek) kaybettiği kendi evlatları başta olmak üzere, uzak ve yakın çevresinden aktif ve nitelikli

nüfusu kendine çekecektir. Bu ise kalkınma çabası içinde olan ilimize yatırımları arttıracak, bu yatırımlar istihdamı çoğaltacak, bunların birbirini çoğaltan etkisiyle ilimiz kısa zamanda kalkınma ve gelişme yönünde büyük bir ivme yakalayacaktır.

En sonunda ortaya çıkan ve çıkması muhtemel olumlu gelişmeler sayesinde, ulusal ve uluslararası çevrelerden gelen ve daha da gelecek olan yerli ve yabancı turistler için en uygun ortamlar yaratılmış olacaktır. Bu ortam oluştuğunda bu kez Samsunlular, yani bizim insanlarımız bu durumdan en iyi şekilde istifade eder hale gelecektir.

Unutmayalım ki yaşadığımız şehirde mutlu olduğumuzda bu şehri daha çok seveceğiz. Bu şehri seversek, işte o zaman tereddütsüz "Samsunluyum" diyeceğiz.

Fotolar >

Fotoğraflarla Samsun turizminde doğru ve yanlışlar;



Doğru; Havaalanı yolunda ve şehrin ana caddelerinde ilin zenginliğini gösteren görseller.



Yanlış; Gerekli tedbirleri almadan ve muhtemel ziyaretçilere ön bilgilendirme yapmadan herkesin gelişigüzel davet edilmesi.



Doğru; Ankara-İstanbul istikametlerinden Samsun'a gelmekte olanların şehirdeki turistik mekânlar hakkında bilgilendirilmesi.



Yanlış; Henüz daha şehre ulaşmamış kişilere “gördünüz mü” nasıl denir? Daha gelmedi ki.



Doğru; Samsun – Trabzon istikametinde Karadeniz Sahil yolu sol kesiminde Miliç sahili düzenlemesi (Terme),



Yanlış; Aynı yerde, yolun sağ kesiminde turistik tesis (!). Binadaki çirkinlik çevredeki bütün çalışmaları gölgeliyor.



Doğru; Turizm Haftası münasebetiyle İl merkezinde ilçelerin tanıtımı.



Yanlış; Turizm Haftası münasebetiyle (bu yıl) İl merkezinde Köy Ürünleri Pazarı.



Doğru; Gelişmiş ülkelerde şehrin en merkezî kısımlarında yer alan Turist Bilgi Merkezi.



Yanlış; İçeride, görevlinin masa ve sandalyesinin kapladığı alan da dâhil (!) Samsun'da turizmin günümüzdeki boyutunu gösteren Turizm DanışMA.



Doğru; Sahil düzenlemeleri ve yürüyüş yolları yapmak. Bunlar insanların hareket etmesini ve deniz nimetinden faydalanması için gerekli.



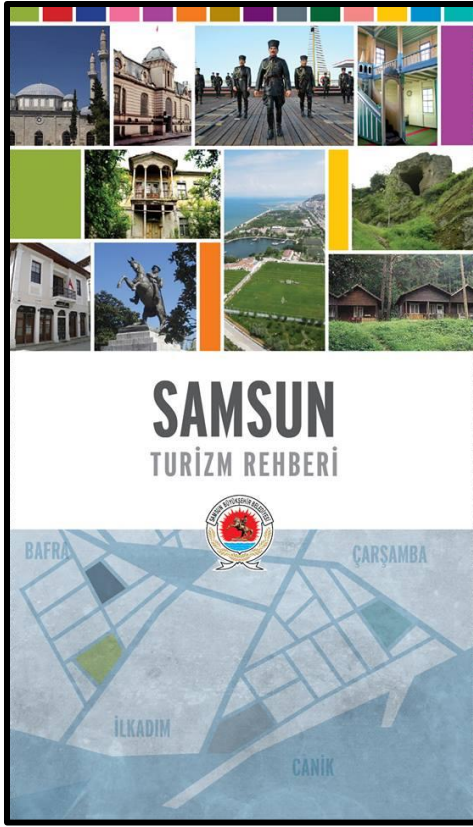
Yanlış; Samsun'u destinasyon olarak seçmeyip, sadece Samsun'dan geçmekte olan turistlere Atatürk Anıtı ve Bandırma Gemisi önünde fotoğraf çektirmelerinden başka bir alternatif sunamayışımız.



Doğru; Apartman dairelerine sıkışmış şehir insanlarımızın (özellikle kadınlar, yaşlılar ve çocuklarımızın) nefes alabilecekleri, ayaklarının toprağa basabileceği piknik alanları yapmak.



Doğru; Bu piknik alanlarının herkese açık olması ve kolay ulaşılabilir mesafelerde bulunması.

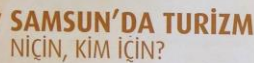
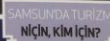


Doğru; İl genelinde turistik çekiciliklerin tanıtımı ve bunlara nasıl ulaşılacağı hakkında bilgi veren kitap ve broşürlerin hazırlanması.



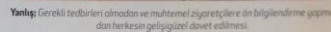
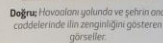
Doğru; İlçelerin sahip olduğu zenginlikler yanında, buralarda yeni faaliyete geçen mekânların tanıtımı.

(Bafra'nın kazlarını koruyalım, Kavak'takilerin tiridini yapıp yiyelim :).



Turizm (en genel şekilde): dinlenmek ve rekreasyon amacıyla seyahatle çıkan kimselerin yolculukları ve geçici süreyle konaklamaları esnasında ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanır. Başka bir tanıma göre turizm (tatil çekme) ve rekreasyon (boş zaman faaliyetleri) insanların (çalışma, yeme-içme ve uyuma dışında kalan) beden ve zihni dinlendirme ameliyesidir. Bu tanımlara göre turizm ve rekreasyon gün içindeki yorgunluğun aralarda küçük mollarla, haftalık yorgunluğun hafta sonu dinlenerek ve nihayet yıl boyunca

Bu durumda; iş hayatında kesinti-
lere neden oluyor, işleri aksatıyor
gibi görünse de günlük, haftalık
ve yıllık tatiller, aslında aşırı yor-
gunluğa ve dikkatsizliğe bağlı
iş kazası gibi risklerden uzak,
verimli ve etkin bir çalışma orta-
mı için elzemdir. Gelişmiş Batılı
ülkelerin kendi çalışanlarını turiz-



Fakat türizm sektörü bir sektör olarak bizi başta güncelik olmak üzere ülke içi ve ülke dışı olaylardan dolayı çok etkilenen ve oldukça kırık bir yapıya bürünmüş. Örneğin, Rusya'da Türkiye'ye gelen turist sayıları 2014'ten 2015'e kadar %40 oranında düşmüştür. Bu ise hangi miktarda geleceğe karşı belli değildir. Bu istatistikler türizm gelirlerini ve bu sektörlerde çalışan sayısını yıldıran yıla sebebiyetmesine sebep olur.

İstatistikler aynı şekilde seyahat-spor ilişkisi de türizm türizmlerine uluslararası bir şantaja karşı olarak çok

Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel vd. alanlarda çok sayıda olumlu ve olumsuz etkileri vardır. Fakat bunlar içinde ekonomik taraf ağır basmakta ve bütün dünyada turizm daha çok bu yönü ile gündeme gelmektedir. Çünkü dünya en fazla istihdam yaratan faaliyetlerden biri olan turizm, diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi; yatırım sermayesi temin etme, dış ödemeler dengesi açığını kapatma, ihracat

Fakat turizm istikrarsız bir sektör olup başta güvenlik olmak üzere ülke içi ve ülke dışı olaylardan çabuk etkilenir ve oldukça kırılgandır. Örneğin, Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 2014'e göre 2015'te % 18,5 düşüş göstermiş, bu yıla ise hangi miktarda gerçekleşeceği belli değildir. Bu istikrarsızlık turizm gelirlerinin ve bu sektörde çalışan sayısının yıldıan yıla değişmesine sebep olur.

İstikrarsızlığın bir diğer sebep-so-
nuş ilişkisi de turizm uluslara-
ra bir şantaj aracı olarak kul-
lanılma istemisi durumunda
karşımıza çıkar. Çeşitli unsurları
kullanılarak tatil beldelerinde
meydana getirilecek bir olumsuz-
luk (terör saldırıları, orman yan-
gınları, cinayetler, trafik kazala-
rı, çifte rezervasyon vb.) anında
rezervasyon iptallerini gündeme
getirebilir ve örneğin Antalya'ya
gelecek 10 milyon turistten 1 mil-
yonunun yünü bir anda değişir ve
yine örneğin Yunanistan'a kaybolu-
r. Bu durum sadece Antalya'daki
turist kaybetmesi değil, kişi başı
yapılacak harcamalar için orta-



Doğru: Sahil düzenlemeleri ve yürüyüş yolları yapmak. Bunlar insanların hareket etmesini ve deniz nimetinden faydalanması için gerekli.



Yanlış: Samsun'u destinasyon olarak seçmeye, sadece Samsun'dan geçmekte olan turistlere Atatürk Anıtı ve Bandırma Gemisi önünde fotoğraf çekmelerinden başka bir alternatif sunmayışınız

Samsun kamuoyunda süregelen bu ve benzeri tartışmaları daha fazla uzatmamak, yörede turizm geliştirmek ve ortaya çıkacak olumsuzlukları zaman geçirmek sizin bertaraf etmek için gönüllülerden oluşan ve gitmeden önce akademiklerin de olduğu bir izleme grubu kurulmuştur. Yukarıda bir kısmı verilen tartışmaların bu grup tarafından düzenli olarak ele alınması ve karşılaşılan sorunlara çözüm üretilemeye çalışılması önemli bir gelişmedir.

Peki, olması gereken nedir?

Çok basit. Burasının bu kadar reklamı yapılmadan, henüz çok fazla kimse buraya gitmeden önce şöyle denilse problem çözülecek: "Ey Samsunlular, sayın ziyaretçiler,

Şehrimizin hemen yakınında, 30 km mesafede doğal bir ortam var. Her zaman olmasa da mevsimine göre farklı tür ve sayıda kuşları bu alanda gözlemleyebilirsiniz. Kendi halinde otlayan yabıcı otlatmaya suya girmiş mandaların yanından yürüyüp geçebilirsiniz. Rengarenk çiçekler görebilir, bataklık bitkilerinin göle yansımalarını fotoğrafla-

rın çekebilirsiniz. Patika yollarla yürüyebilir, cıplak ayakla sahilde kumlar üzerinde yürüyebilirsiniz. Havanın durumuna göre güneş, de rüzgârda da yağışa da hazırlıkla olun. İnternet üzerinden canlı yayınlı, tedbirinizi ona göre alabilirsiniz. Yine internet üzerinden, uyanmaz gereken kurallar ve yasaklar ile sizi orada bekleyen ulaşım, konaklama, yeme içme ile ilgili olguları da sunarak, burası size göre bir yer değil. Unutmayın buraya doğal ortamla baş başa kalmak için gidiyorsunuz. Şehrin gürültüsünden, patatısından, televizyondan, internetten ve diğer ortamlardan uzaklaşıp olacağınız çocuk ya da misafirlerinizle bir arada olmak için buradasınız. Bu şartları sahnenin korunması ve sürdürülebilirliği için bilim insanlarına danışarak kaydedin. İlgimizi bekler, iyi tatiller dileriz."

Evet, söylenecek söz bu kadar. Bu yapılmadığı gibi, öylesine reklamlar yapıyor, öyle bir beklenti yaratılıyor ki gitmeyenler pişman, gidenler şok oluyor. Hava da güneşliyse güneşin altında kim ne yapacak, kuşlar sazlık ve bataklıkların arasında, insanlar onları görmek istediğinde beton yoldan sapıp oralara nasıl gidecek, gitmeli mi, gitse başına bir iş gelse, ya da çevreye zarar verse bunun takibini kim yapacak, sınırlandırmak istediğinde alana gileğüzüzel dağılımı insanları kim takip edecek, çevreye verecekleri muhtemel zararları kim önleyecek, bütün bunları nasıl kontrol altında tutulacak?... Yarı bir gün bu tanımların altına girilince de ziyaretçi sayısı artarsa, olur ya bir talep patlaması yaşanır, doğal hayata zarar vermeden hangi altyapıya buna karşılık verilecek?

Bütün bu sorular, bizim bu örnekten yola çıkarak "Samsun'da turizm" konusunda daha çok kafa yormamızı ve zor durumda kalmamak için başka neler yapılmalı ve hangi tedbirler alınmalı yönünde çalışmalarımızı sürdürmemizi gerektirdiği sonucunu ortaya çıkar-



Doğru: Apartman dairelerine sıkışmış şehir insanlarımızın (özellikle kadınlar, yaşlılar ve çocuklarımızın) nefes alabilecekleri, ayaklarının toprağa basabilecekleri piknik alanları yapmak.



Doğru: Bu piknik alanlarının herkesine açık olması ve kolay ulaşılabilir mesafelerde bulunması.

maktadır. Yoksa sıkışınca "yasak" deriz, olayı çözeriz diye düşünmenin bir anlamı olmasa gerek.

Bu kısa açıklamadan sonra yine aynı örnek üzerinden bu kez soruyu başka bir açıdan soralım. Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti'nin tanıtımı için sürdürülen bu faaliyetlerin, yapılan bunca reklamın amacı nedir. Büyükşehir Belediyesi'nin bu çabalarındaki hedef kitlesi kimlerdir? Hedef kitle bu için neresin dedi? Bunlar bizim için mi yoksa Samsunlu dışarıya tanıtım için mi yapıyor? Bu ve benzeri faaliyetlerin mahiyeti hakkında ilgililer tarafından kamuoyu yeterince aydınlatılıyor mu, bu kadar çabaya karşılık yapılan çalışmaların içerdiği ve umulan hedefleri hakkında mutlaka bir fikirimiz olması gerekmez mi, peki var mı?

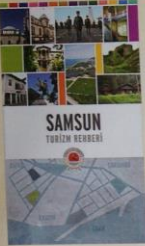
Samsun turizmde öncelik ne ve kim için olmalı?

Yapılan bütün bu çalışmalar Samsunlular için mi, yoksa dışarıdan gelenler için mi? Ya da, Samsun'u kimler için bir cazibe merkezi, bir turizm destinasyonu yapmak istiyoruz? Sorusunu tekrar sormamız gerekiyor.

Bize göre öncelik ulusal ve uluslararası turizm değil, yerel turizm olmalıdır. Yereli hareket geçirebilirsek bu durum (il dışında büyük kentlerde yaşayan Samsunluların da katkısı ile) ulusal turizme geçişi kolaylaştıracak, ulusaldan da uluslararası turizme entegrasyon kendiliğinden gelecektir.

Bu durumda başka bir soru daha soralım; sahip olduğumuz tüm bu ve diğer zenginlikleri kendi insanımız için nasıl kullanabiliriz, hemşehrilerimizin ayaklarını buralara nasıl bastırabiliriz? Samsun'un bu anlamda elbette ki tanıtım, yatırıma, ulaşım ve konaklama altyapısına ihtiyacı vardır. Bunun için ilk olarak biz şehirde yaşayanların ilimizin sahip olduğu bu turistik mekânlara talep göstermesi gerekir. Gerek hafta sonu, gerekse yıllık tatillerimizde buraları ziyaret etmeliyiz. İlçelerin en ucra köşelerine kadar geziler tertip edilmeli, yöresel ürünler tadılmalı, kültürel etkinliklerde bulunulmalı, bu vesileyle de birbirimizi tanımalı ve sevmeliyiz. Varsa olumsuzluklar, yoksa sevinçler paylaşılmalı.

il genelinde birlik ve beraberliğin sağlanmasında amaç ve araç olarak turizmden azamî şekilde faydalanmalıyız. Bunun beden ve ruh sağlığımız için olduğu kadar, aile mutluluğumuz ve işimizde de daha verimli çalışmamız için elzem olduğunun farkında olmalıyız. Öncelikle kendimiz ve yakın çevremizden başlayarak bunları yapabilirsek, yaşadığımız şehirden mutlu olacağız. Biz inanıyoruz ki, Samsunlular mutlu ve huzurlu olduklarında yaşadıkları bu mekânı daha da sevecekler, yatırımlarını buraya yapacaklar, bu olumlu gelişmeler dışardan da yatırım çekecek, bu süreç istihdam artıracak, sonuçta Samsun ülkemizin önde gelen cazibe merkezlerinden biri olacaktır. Gelişmişlik seviyesi arttıkça, istihdam sorunları çözülecek, refah düzeyi artan insanlar, çevreye daha duyarlı olacaklar, koruma bilinci geliyecek, gördükleri olumsuzlukları görmezden gelmeyecek, mutlaka düzeltmek veya ilgilileri uyacaklardır. Bu durumda başta Samsun Büyükşehir Belediyesi olmak üzere alt belediyeler ve sivil toplum



Doğru: İl genelinde turistik çekiciliklerin tanıtımı ve bunlara nasıl ulaşılacağı hakkında bilgi veren kitap ve broşürlerin hazırlanması.



Doğru: İlçelerin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginlikler yanında, buralarda yeni faaliyete geçen mekânların tanıtımı.

lunun il genelinde turizm geliştirmek için harcadığı emekler de boşa gitmemiş olacak, hepsinin karşılığı gerek maddî gelir, gerekse manevî tatmin olarak bize geri dönecektir.

Bu durumda üniversite, yerel ve merkezi idare, sivil toplum, herkes elini taşın altına koymalı, karşılaşılabileceğimiz olumlu ya da olumsuz durumlar konusunda daha iyi veya daha başka neler yapılabilir, hangi önlemler alınabilir sorusunu kendimize sorarak gerekli tedbirleri zamanında alabilmeliyiz. Yine bu anlamda bütün taraflar, hepimiz, uzak-yakın tanıdıklarımızı davet ederek, sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanarak, ilimizin sahip olduğu turizm değerlerini yurt içi ve yurtdışına anlatarak birer turizm katılımcısı ve tanıtım elçisi olmalıyız. Bu arada bireyler olarak yaşadığımız şehrin karmaşası ve gürültüsünün aksine, doğayı tadacak ve yine ailece bundan zevk alacak eğitim, tanıtım ve bilinç altyapısına ihtiyacımız olduğu da unutulmamalıdır.

Sonuç

Samsun için kalkınma ve gelişme yollarında biri de kesinlikle turizm olmalıdır. Samsun turizm kenti de olmalı, fakat turizm öncelikle Samsunlular için olmalıdır.

Şimdi tekrar soralım, yaşadığımız şehri bize bu imkânları veriyor mu? Samsunlular beden ve zihinlerini dinlendirmek istediklerinde mevcut turizm altyapımız buna müsait mi? Sahil bandı üzerinde dolguar üzerine inşa edilen piknik alanlarından gereği gibi yararlanıyor muyuz? Örneğin, şehir içinde birinci ikinci katlarda güneşi görmeyen dairelerde, demir parmaklık arkasında perdeleri çekilmiş vaziyette bir ömür geçiren insanların ayakları buralara basabiliyor mu, bolca reklamını yaptığımız yerlerden Samsunlular ne kadar yararlanabiliyor? Büyükşehir Belediyesi'nin bu yöndeki çabaları karşılık bulabiliyor mu? İnsanlarımızı mutlu edebiliyor muyuz?

Bütün bunları başarabilirsek Samsun'un turizm kenti olması bir yana, Samsun bizim gözümüz-

de de yaşanabilir bir kent imajına kavuşacaktır. Samsun yaşanabilir bir kent olduğunda, önce (göç vererek) kaybettiği kendi evlatları başta olmak üzere, uzak ve yakın çevresinden aktif ve nitelikli nüfusu kendine çekecektir. Bu ise kalkınma çabası içinde olan ilimize yatırımları arttıracak, bu yatırımlar istihdamı çoğaltacak, bunların birbirini çoğaltan etkisiyle ilimiz kısa zamanda kalkınma ve gelişme yönünde büyük bir ivme yakalayacaktır.

En sonunda ortaya çıkan ve çıkması muhtemel olumlu gelişmeler sayesinde, ulusal ve uluslararası çevrelerden gelen ve daha da gelecek olan yerli ve yabancı turistler için en uygun ortamlar yaratılmış olacaktır. Bu ortam oluştüğunda bu kez Samsunlular, yani bizim insanlarımız bu durumdan en iyi şekilde istifade eder hale gelecektir.

Unutmayalım ki yaşadığımız şehirde mutlu olduğumuzda bu şehri daha çok seveceğiz. Bu şehri seversek, işte o zaman tereddütümüz "Samsunluyum" diyeceğiz.